

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK CENTRAL ASIA (BCA) DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh :

Nama : Della Nanda Luthfiana
NIM : 13311317
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

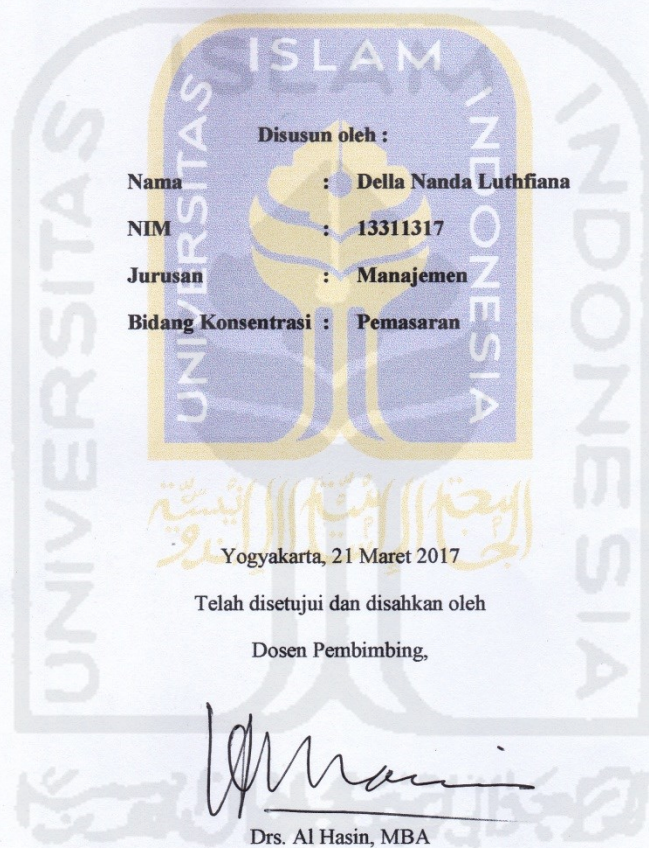
Yogyakarta, 24 Maret 2017

Penulis,

Della Nanda Luthfiana

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK CENTRAL ASIA (BCA) DI YOGYAKARTA**



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK CENTRAL
ASIA (BCA) DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **DELLA NANDA LUTHFIANA**

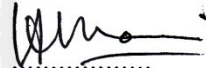
Nomor Mahasiswa : **13311317**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 10 April 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Al Hasin, Drs., MBA.

Penguji : Sri Hardjanti, Dra., MM.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Df. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah menciptakan alam semesta dan memberikan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ❖ Keluarga penulis, Bapak dan Ibu tercinta, Muh. Abdul Kholiq dan Nur Fatimah, serta Kedua Adik tersayang, Kamila Nadya Khairany dan Muhammad Faruq Firdausy yang selama ini selalu memberikan dukungan penuh melalui do'a dan semangat selama menjalani kuliah dan penyusunan skripsi.
- ❖ Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
- ❖ Sahabat-sahabat terbaik selama di kampus, Abhita, Chairunnisa, Fauzia, Lafera, Nafisah, Putri, Prita, terima kasih telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis, serta terima kasih untuk kebersamaannya selama hampir 4 tahun.
- ❖ Sahabat-sahabat terbaik sejak SMA, Arin, Ayu, Icak, Laili, Mega, Milla, Mitha, Rani, Meita, Desta dan Rina yang selalu memberikan dukungan.
- ❖ Teman-teman kuliah Bridging Kelas G dan teman-teman jurusan Manajemen Angkatan 2013 yang telah membantu dan memberikan semangat.
- ❖ Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan mendoakan penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
- ❖ Adik tingkat yang sedang berjuang memulai dan menyelesaikan skripsi, semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi. Good Luck! ☺

HALAMAN MOTTO

"Barangsiapa bertaqwa pada Allah, maka Allah memberikan jalan keluar kepadanya dan memberi rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah, maka Allah jadikan urusannya menjadi mudah. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah, akan dihapuskan dosa-dosanya dan mendapatkan pahala yang agung."

(QS. Ath - Thalaq: 2 - 4)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sesungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap."

(QS. Al - Insyiroh: 6 - 8)

"Jangan pernah menyerah jika kamu masih ingin mencoba. Jangan biarkan penyesalan datang karena kamu selangkah lagi untuk menang."

(R.A. Kartini)

"Learn from yesterday. Live for today. And hope for tomorrow."

(Albert Einstein)

ABSTRAK

Persaingan bisnis pada industri Bank menjadi semakin kompetitif. Hal tersebut mendorong perusahaan penyedia layanan di bidang keuangan ini untuk memahami akan pentingnya *Customer Relationship Management* (CRM) dan potensinya untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Diikuti dengan perkembangan pesat teknologi internet yang telah memberikan dukungan sebagai media untuk menjalin hubungan dengan pelanggan atau yang disebut dengan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). Sistem E-CRM memiliki tujuan utama yaitu untuk meningkatkan *customer service*, mempertahankan pelanggan, meningkatkan *customer value* dan menetapkan metode yang tepat untuk mendorong konsumen agar tetap loyal. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh aktivitas *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) yang terdiri dari *electronic direct mail*, *interpersonal communication*, *preferential treatment* dan *rewards* terhadap *customer relationship quality* yang kemudian berpengaruh juga terhadap *customer loyalty*.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Central Asia di Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 96 responden yang ditentukan dengan teknik *convenience sampling*. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan metode analisis statistik. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dari analisis regresi linier berganda pada persamaan model pertama menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *electronic direct mail*, *interpersonal communication*, *preferential treatment* dan *rewards* terhadap *customer relationship quality*. Kemudian hasil pengujian dengan analisis regresi sederhana pada persamaan kedua menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan *customer relationship quality* terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci : *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*, *electronic direct mail*, *interpersonal communication*, *preferential treatment*, *rewards*, *customer relationship quality*, *customer loyalty*.

ABSTRACT

Business competition in the Bank Industry becomes more competitive. It encourages those financial company to understand the importance of Customer Relationship Management (CRM) and its potential to help the company to maintain its existing customers. Followed by the rapid development of internet technology which supports to establish relationships with customers that called Electronic Customer Relationship Management (E-CRM). The E-CRM system has the main objective of improving customer service, maintaining customers, increasing customer's value and establishing the right method to encourage customers loyalty. This research aims to determine the relationship between the marketing efforts of Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) which consists of electronic direct mail, interpersonal communication, preferential treatment and rewards to the customer relationship quality which then also affect customer loyalty. The population in this study are customers of Bank Central Asia (BCA) in Yogyakarta and 96 respondents were determined for the samples using convenience sampling technique. The results showed all four efforts of E-CRM have a significant impact on customer relationship quality on the first model multiple liniear regression. Then for the second model showed that customer relationship quality has a significant impact on customer loyalty.

Keywords : *Electronic Customer Relationship Management (E - CRM), electronic direct mail, interpersonal communication, preferential treatment, rewards, customer relationship quality, customer loyalty.*

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum.wr.wb

Puji syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**Analisis Pengaruh *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Kualitas Hubungan dan Loyalitas Nasabah Bank Central Asia (BCA) di Yogyakarta**”. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar S-1 Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. D. Agus Hardjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
2. Bapak Drs. Al Hasin, MBA. selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen jurusan Manajemen yang telah membantu memperluas pengetahuan penulis dalam menempuh studi selama perkuliahan.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmat-Nya bagi kita semua dan juga dapat menjadi amal ibadah di hadapan-Nya aamiin. Untuk perbaikan di kemudian hari, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pembaca untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta berguna untuk penelitian selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum.wr.wb

Yogyakarta, 21 Maret 2017

Penulis,

Della Nanda Luthfiana